

Broj 20, februar/mart 2019.
BESPLATAN PRIMERAK

ISSN 2466-3328

Pekar & Poslastičar

POSLOVNI MAGAZIN SPECIJALIZOVAN ZA MLINARSKU, PEKARSKU I POSLASTIČARSku INDUSTRIJU SRBIJE



Intervju
Stojan Kemera
generalni direktor Barry Callebaut
za Jugoistočnu Evropu



Dok kažeš burek
Odakle potiču
kroasani

Što prirodnije
to bolje
Minutni hleb

Vreme je za novu opremu
Biofilm u industriji
Dvojno knjigovotstvo

Sigep 2019
Predstavljamo
Recepti

RIMINI FIERA

**40°
FOR THE
FUTURE**

Sigep

40th International Trade Show
of Artisan Gelato, Patisserie, Bakery
and the Coffee World

19|23. 01. 2019

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Providing the future



SIGEP 2019

Piše: Nevena Tomić

U Riminiju je od 19. do 23. januara održan Međunarodni sajam sladoleda, poslastičarskih i pekarskih proizvoda i kafe - SIGEP, četrdeseti po redu. Ovaj glamurozan događaj pamtićemo po mirisima pržene kafe i čokolade iz različitih delova sveta, inovativnim dekoracijama i novim ukusima sladoleda, luksuznim pakovanjima za torte i kolače, vrhunski dizajniranim štandovima, inovativnom i modernom opremom, demonstracijama i takmičenjima virtuoza poslastičarstva. Posetilo ga je više od 200.000 ljudi iz 185 zemalja sveta. Osim domaćina, najveći broj posetilaca bio je iz Nemačke, Španije, Francuske, Poljske i Engleske. Značajan broj posetilaca i izlagača dolazi sa tržišta SAD-a, Rusije i Kine. Srbiju su predstavljala dva izlagača: Dadex iz Mačvanske Mitrovice i Hani iz Novog Pazara.

Na SIGEP-u se mogu videti novine koje proizvođači spremaju za tržište u narednoj godini, ali i

čuti kako se tržište razvija i koji su glavni trendovi u industriji. Sektor usluga vezanih za hranu se razvija i radikalno transformiše. Svetsko tržište hrane ima vrednost od 990 milijardi evra i neprestano raste (2,3% godišnji rast u svetu, 3% u Evropi). U kategorijama kafe, pekarstva, poslastičarstva i industrije sladoleda Italija je jedna od vodećih država u svetu. Prosečan Italijan 251 obrok godišnje pojede van kuće, po čemu je Italija treća u svetu, posle Japana (308) i Južne Koreje (324). SAD, Kina i Italija konzumiraju 51% slatkih pekarskih proizvoda u svetu. Kada se govori o konzumaciji kafe 52% tržišta čine SAD, Japan i Italija.

Marketinški stručnjaci istakli su nekoliko najznačajnijih trendova u sektoru usluga. Mesta na kojima se služi hrana i piće su sve više hibridni prostori – knjižare koje postaju kafici, mesta na kojima se nude dodatni sadržaji zbog kojih bi se ljudi zadržali i posle obroka. Kafa za poneti je svetski trend, koji nije još

sasvim zaživeo u Evropi, a u Japanu je doveo do uvođenja flaširane kafe na tržište. Digitalne tehnologije menjaju iskustvo konzumacije obroka van kuće, ne samo uvođenjem novih metoda plaćanja, već i zahtevom za brzim obrocima. Promene su vidljive i u tržnim centrima, gde prostori u kojima se jede dobijaju na značaju, jer ljudi tu dolaze da se druže i kupuju, čime ova mesta sve više doprinose popularnosti i identitetu tržnog centra.

Na SIGEP-u su održana i dva velika takmičenja - svetsko takmičenje u prženju kafe (World Coffee Roasting Championship) i svetski kup za mlade poslastičare. SIGEP je prvi put bio domaćin putujućeg takmičenja u selekciji, pripremi, mešanju različitih vrsta i prženju kafe u kome je učestvovalo više od 20 zemalja. Pobedio je ruski predstavnik, drugo mesto zauzeo je Japanac, treće Francuz, što pokazuje da je pjenje kafe, a sa tim povezana i veština pripremanja dobre kafe danas globalno rasprostranjen trend. Mladi poslastičari takmičili su



se u pravljenju umetničkih objekata od čokolade i šećera sa temom VOLARE. Titulu najboljih mlađih poslastičara ponela je ekipa iz Italije, drugo mesto je zauzela Francuska, treće Singapur. Specijalnu nagradu za najbolji desert od sladoleda u časi dobio je Singapur. U kategorijama najbolji desert od kafe, čokoladni kolač, najbolje pecivo i najbolje postavljen sto pobedile su ekipe iz zemlje domaćina. Deo programa SIGEP-a posvećen je edukaciji mlađih poslastičara, za koje je održan kamp (international Pastry Camp) na kome su mogli da uče od najvećih majstora i stiću nove veštine, prateći evoluciju

različitih svetskih škola poslastičarstva.

Ovogodišnji SIGEP je vredno posetiti. Italijanski ministar Ugo Ravaneli izjavio je da je sajam izuzetan primer virtuzorne saradnje odličnih brendova i sposobnosti da se „Made in Italy“ na najbolji način prikaže svetu. Organizatori su zadovoljni posetom, promocijom brendova, predstavljanjem novih trendova i kvalitetom ovogodišnje ponude na sajmu. Virtuelna poseta je takođe znak velikog uspeha sajma -postavljeno je 10.000 fotografija sa oznakom #Sigep2019, a Fejsbuk stranicu SIGEP2019 je pratilo više od milion i dve stotine osoba iz celog sveta.



SIGEP 2019 - O SLADOLEDU

Nataša Firez, Dolcefreddo, Srbija

Svake godine sa sve većim brojem posetilaca, Sigep postaje pomalo tesan za sve poslastičare koji se slivaju u Rimini iz celog sveta. Ono što ga karakteriše je svakako širenje prostora rezervisanog za sladoled, tako da ova poslastica polako preuzima primat na ovom sajmu. Ovde možemo videti sve trendove koji će obeležiti ovu godinu u polju poslastičarstva. Raznovrsnost boja je ove godine veoma upečatljiva, tako da nam se vraćaju sladoledi jarkih nijansi. Naravno, imperativ je svakako upotreba prirodnih sastojaka, bez veštačkih boja, a



naši partneri Mec3 i Irca su svakako primer spajanja inovativnog i zdravog. Svojom širokom ponudom i visokim standardom proizvoda, obezbedili su zadovoljenje potreba svih klijenata, od gurmana do vegana.

Naši klijenti koji nisu imali prilike da posete sajam, sve nove ukuse moći će da degustiraju u našem demo centru i tako budu u korak sa svetskim dešavanjima i odaberu najzanimljivije ukuse za svoje misterije.

Silvia Garbarino, direktorka marketinga italijanskog proizvođača sladoleda Giuso

„Sadašnji trendovi zahtevaju nove oblike prezentovanja proizvoda, nove sastojke uz klasične ukuse. Guso odgovara na ove tendencije novom

linijom voćnih sladoleda, sa biljnim i cvetnim ekstraktima. Linija se zove Green Fruit, sastoji se od 4 ukusa:

- kajsija, šargarepa, kamilica – sladak i delikatan ukus, dominira ukus kajsije, sa delikatnim notama kamilice;

- šumsko voće, crna šargarepa, ljubičica – delikatan ukus sa laganim kiselkastim notama i cvetnim mirisom ljubičice;

- kruška, komorač, jasmin – sladak i intenzivan ukus kruške, koji prati delikatan i svež ukus đumbira, sa slatkim jasminom medene aromе;

- lajm, đumbir, cvet limuna
– svež i kiselkast ukus, sa pikantnom notom đumbira.

Uz ovo, tradicionalni ukusi čokolade, lešnika i pistača su evergrin, među najtraženijima u vitrini. Uveli smo 2 nova ukusa - ukuse sirovog lešnika i sirovog pistača.

Uvedena je i Cuzco linija (izgovara se kucko) sa 4 proizvoda – total noar, sa kafom italijanskog ukusa, ukusa „Tonka“, sa sečuanskim biberom“



Martin Račović Ireks, Srbija

Kao i svake godine do sada, sezona za proizvođače pasta i baza za sladoled uveliko je počela. Mi smo još krajem januara bili spremni da dočekamo leto.

Ove godine možemo da očekujemo porast ponude, ali i potražnje u domenu sladoleda sa posebnim nutritivnim karakteristikama. Trendovi iz drugih prehrambenih kategorija polako se prenose na sladoled. Na ovogodišnjem sajmu Sigep u Riminiju, jasno su se izdvojili sladoledi poput veganskih, bez lakoze, sa visokim sadržajem proteina i onih sa smanjenim šećerom. Takođe,

lako je bilo uočiti da su jarke boje hit za predstojeće leto, kao i ukusi koji privlače pažnju najmlađih. U korak sa

tim, Ireks je za ovo leto pripremio Jelly Bear, Seahorse, Delfino, a za dame ukus ruže, koji neodoljivo podseća na ratluk.



SIGEP 2019 - UTISCI IZLAGAČA

**Dejan Misočić, Dadex,
Mačvanska Mitrovica, Srbija**

„SIGEP je još jednom pokazao da je jedan od vodećih svetskih sajmova iz oblasti sladoleda, poslastičarstva, pekarstva i kafe. Sajam je posetio veliki broj profesionalaca iz celog sveta, tako da, što se toga tiče, nije bilo razočarenja. Pekarski deo sajma je ove godine bio nešto slabiji, ali sledeće godine je AB Tech (specijalizovani segment sajma za pekare), tako da očekujemo mnogo bolji sajam u segmentu pekarstva. Što se nastupa firme Dadex tiče, moramo da budemo zadovoljni. Rezultati ne mogu uvek da budu odmah vidljivi, ali očekujemo da budu veoma pozitivni.“



**Rifat Hanić, Hani international,
Novi Pazar, Srbija**

„Ove godine prvi put se pojavljujemo kao izlagači na SIGEP-u, ranije smo dolazili kao posetioci, tako da nam je perspektiva bitno drugačija. Veoma je važno gde dobijete štand i od toga zavisi koliko ljudi će vas uočiti i posetiti. Zadovoljni smo posetom, imali smo razgovore sa potencijalnim partnerima iz Rusije, Libana, Iraka. Naši planovi vezani za buduće širenje mreže i moguća nova partnerstva su optimistični, generalno smo zadovoljni.“

Elvis Draguzet, IZO, Žminje, Hrvatska

„Kompanija IZO d. o. o. iz Žminja u Istri – Hrvatska je na ovom sajmu prisutna već šestu godinu za redom. Mi dolazimo redovno da izlažemo od 2014. jer nam je geografski blizu, ima veliku posećenost i dolaze posetioci iz celog sveta. Nama je sajam bitan, jer ostvarujemo kontakte s potencijalnim i postojećim klijentima koji imaju prilike da upoznaju našu pekarsku i poslastičarsku opremu. Sajam poseti mnogo trgovaca i distributera iz celog sveta, koji su inače nama najinteresantniji klijenti, jer njihove firme preuzimaju zastupništva i prodaju. Na sajmu smo ostvarili kontakt sa 120 posetilaca, pretežno s trgovcima pekarske i poslastičarske opreme. Ove godine najveće interesovanje bilo je iz azijskih i afričkih država. Takođe, ulazak Hrvatske u EU je rezultirao povećanim interesom i izvozom na EU i svetsko tržište, a nama je olakšao i pojednostavio poslovanje. Sajam posete i posetioci iz regije (ex YU tržište), ali mislim da bi ih moglo biti i u većem broju pošto nam je sajam dosta blizu, a jedan je od najvećih u svetu. Preporučio bih svima koji nisu posetili ovaj sajam da ga posete iduću godinu, biće bogatiji za jedno lepo iskustvo, jer ovo što pruža sajam SIGEP nemaju prilike videti u našem bližem okruženju.“

